

Défis en matière de développement,
Les solutions Sud-Sud
Bulletin d'information électronique de l'unité spéciale pour la coopération Sud-Sud au sein du PNUD



Mars 2007 | s'abonner | se désabonner | nous contacter

Poursuite en 2007 de la croissance du commerce bénéficiant les pauvres enregistrée en 2006

Le marché du commerce équitable dans lequel les marchandises et les services sont commercialisés sous le logo Fairtrade garantissant un juste prix minimum au producteur, a connu une croissance san précédent au cours de l'année 2006. Rien qu'au Royaume Uni d Grande Bretagne et d'Irlande du Nord, les ventes ont atteint £29 millions, hausse de 46 pour cent par rapport à 2005. The Fairtrad Foundation prédit que le chiffre d'affaires atteindra 300 millions d livres britanniques en 2007.

En 2005 le chiffre d'affaires du commerce équitable se montait à 1, milliard € dans les principaux marchés de la marque en Suisse, au Royaume-Uni, en Nouvelle-Zélande, en Australie et aux États-Unis. À l'heure actuelle, le commerce équitable concerne 5 million d'agriculteurs du Sud et il représente une opportunité croissante pou les entrepreneurs du Sud.

L'occident est maintenant au courant du concept et des produits en demande croissante, que la grande distribution est en train d'adopter Au R.-U., 62 pour cent des consommateurs connaissent le logo e comprennent ce qu'il signifie.

Le concept de commerce équitable a vu le jour aux Pays-Bas en 1988, date à laquelle la Max Havelaar Foundation a lancé le label de consommation Fair Trade avec du café en provenance du Mexique. À la différence des commerces traditionnels où le prix payé par un producteur est dicté par le marché, le commerce équitable garantit au producteur un prix plancher pour le produit. Ce montant est fixé à un niveau garantissant au producteur de pouvoir vivre dignement et de faire face à ses besoins essentiels. Une partie des bénéfices est mise de côté dans un fond communal que les producteurs dépensent à leur gré de manière démocratique (beaucoup choisissent de le dépenser pour des projets communautaires).

Le commerce équitable a été critiqué pour un certain nombre de raisons. Il est aux yeux de beaucoup trop limité et marginal pour pouvoir diminuer sensiblement la pauvreté et on l'a accusé de privilégier un petit nombre de producteurs en oubliant le reste. D plus, selon ses détracteurs, il incite à une augmentation de la production et ne prône pas suffisamment l'innovation pour véritablement éliminer la pauvreté dans le monde en développement.

En dépit de tous ses défauts et imperfections, il est indéniable que la marque Fairtrade connaît un immense succès et offre une large gamme d'opportunités pour les entrepreneurs.

Au R.-U, 2500 produits allant des ballons de football au thé, au coto et au miel sont vendus sous la marque commerce équitable alors qu l'on n'en comptait que 150 en 2003, ce qui représente un taux d croissance réellement étonnant. Alors que les produits du commerce équitable ne se trouvaient autrefois que dans les magasins d coopératives et ceux d'œuvres caritatives, ils sont maintenant largement vendus dans les circuits de la grande distribution.

Le succès du commerce équitable ne se cantonne pas à l'Europe et aux Etats-Unis. Il grandit au Japon où, déclare le détaillant de produit du commerce équitable Sonoko Iwasa, « utiliser le commerce pour instaurer l'égalité dans le monde en achetant des produits de pay africains et asiatiques en développement est une notion sans rappor

avec la vie de tous les jours ».

Le magasin Rumaba d'Iwasa situé juste à l'extérieur de Tokyo ven des chocolats biologiques d'Afrique, des gants et des bonnets en lain du Népal ainsi que des vêtements élégants fabriqués en Thaïlande. Iwasa a découvert que la qualité, pas l'équité, est le secret de l réussite sur le marché japonais caractérisé par une vive concurrence. C'est pour cela que ces produits sont à la mode.

À l'heure actuelle, le commerce équitable ne représente que 6 à millions d'USD par an au Japon et porte sur 1500 produits mais selo Michiko de People Tree, marque la plus connue de commerce équitabl au Japon, la tendance commence à prendre de l'ampleur parmi le jeunes sensibilisés aux problèmes sociaux.

Pour se lancer dans le commerce équitable, les entrepreneurs ou les producteurs doivent commencer par contacter l'organisme internationa qui homologue les produits commerce équitable et garantit que lceux-c répondent aux normes éthiques exigées.

LIENS:

la Fondation Commerce équitable:]: Fondée en 1992, elle es constituée par une coalition d'organismes caritatifs britanniques et adhère à la Fairtrade Labelling Organisations International. Elle établi les normes du commerce équitable et protège la marque et les droits de propriété.

Le réseau d'affaires authentiques encourage les activités commerciale à objectif caritatif ainsi que celles à but lucratif. Le site contient toutes les ressources dont a besoin un entrepreneur en herbe pour démarrer.

DATA: Fondé par le chanteur Bono du groupe rock U2, DATA essaie de s'associer aux entreprises pour augmenter les opportunités d commerce avec l'Afrique.

Fairtrade UK: Le plus grand magasin en ligne du monde de produits de commerce équitable.

Oxfam: Cet organisme caritatif britannique est le pionnier du commerc équitable et dispose de ressources importantes concernant la manière de prendre part au commerce équitable et à un magasin vendant de produits équitables.

Ten Thousand Villages: Magasin en ligne vendant des produits artisanaux venus du monde entier.

Agbanga Karite: Détaillant africain en ligne basé au Togo vendant des produits faits à partir de karité non raffiné, dont des savons, des crèmes et des huiles.

Ananse Village: Boutique en ligne de commerce équitable vendant un large gamme de produits d'artisanat et de produits venant de village africains.

Deux vues opposées du commerce équitable en film : L'or noir, réveille toi et sens l'arôme du café and Arrière-goût amer : film critique sur le commerce équitable.

Les affaires comme outil à faire le bien

Le secteur américain caractérisé par sa technologie en constante évolution et par sa grande inventivité est en train de remodeler la philanthropie et de démontrer que l'on peut faire le bien tout en gagnant de l'argent. L'approche prise par ces philanthropes porte l'empreinte de leur vécu dans le monde impitoyable de la technologie où l'innovation est indispensable et où la réinvention et le risque sont la norme. Ils partagent beaucoup de ces qualités, contrairement à ce que l'on attendrait, avec des millions de pauvres du monde dans leur lutte quotidienne pour la survie et pour essayer de réussir.

À la différence du mouvement du commerce équitable né de la recherche par les NGO d'un prix équitable garanti pour les marchandises, les dits « philanthropes du capital-risque » et « entrepreneurs sociaux » s'attachent davantage aux bénéfices et à la croissance. Ils tirent leur inspiration des réseaux en ligne qui ont bouleversé le monde des affaires au cours des dernières années et qui cherchent à appliquer un modèle d'innovation constante.

Au cours des dix dernières années, les entreprises sans but lucratif ont de plus en plus adopté le langage et les méthodes du monde des affaires. Pour les « philanthropes de capital-risque » et les « entrepreneurs sociaux », les affaires sont l'outil servant à faire le bien. En battant en brèche l'idée étroite selon laquelle la philanthropie consiste à donner de l'argent, il devient possible de voir le rapport existant entre faire le bien et gagner de l'argent affirment les philanthropes de capital-risque. À mesure que se répand ce mode de pensée, un nombre croissant d'outils émergent pour faciliter la réalisation de cet objectif.

Jeff Skoll et Pierre Omidyar, fondateurs de la maison d'enchères en ligne Ebay au succès fracassant, s'inscrivent dans une vague de pensée innovante issue de Silicon Valley, berceau de la haute technologie qui façonne la manière dont d'énormes quantités de capital privé sont investies dans le changement social.

« Les philanthropes de capital-risque » concentrent leurs efforts sur un petit portefeuille d'entreprises parrainées qui exploitent au mieux l'investissement. Les engagements larges, à long terme, y compris l'argent nécessaire à l'infrastructure, comme par exemple le personnel et les ordinateurs, leur épargnent de passer leur temps en appels de fonds. À la différence des philanthropes traditionnels, ils se rendent dans les bureaux des entreprises parrainées et coopèrent avec elles au lieu d'attendre leur rapport annuel et ils fixent des objectifs chiffrables aux entreprises ainsi soutenues.

La réussite du lauréat du prix Nobel Mohammed Yunus et de sa banque de microcrédit, Grameen, a inspiré la création d'une entreprise encore plus ambitieuse. Le réseau Omidyar dirigé par le milliardaire Omidyar, a calculé qu'il faudrait de 50 à 60 milliards d'USD pour fournir des services de micro-prêts à tous les pauvres du monde. Le réseau met actuellement en place le financement nécessaire pour lancer son nouvel établissement de microfinancement dans le monde. Selon Omidyar, le capital privé est effectivement sans limites. Vu de cette manière déclara-t-il récemment au Los Angeles Times, «60 milliards d'USD n'est rien ».

Acumen Fund qui s'intitule elle-même société de capitaux à risque sans but lucratif, utilise les principes du design pour résoudre les problèmes des pauvres. Tout comme les Procter & Gamble (PG) et les Motorola (MOT) du monde des affaires effectuent des recherches ethnographiques importantes sur le consommateur, Acumen finance des sociétés qui créent des systèmes en commençant par la base. « Commencez par les personnes » affirme la fondatrice Jacqueline Novogratz. « Élaborez des systèmes en partant de leur perspective. Faites véritablement attention et voyez ensuite si vous pouvez en changer l'échelle ».

Sous la houlette de Novogratz, l'organisation basée à New York gère 20 millions USD d'investissements dans des compagnies réparties dans trois domaines : la santé, l'eau et l'habitation. Cela ne représente pas beaucoup d'argent en comparaison avec les fonds de capital-risque de Silicon Valley mais l'objectif d'Acumen n'est pas de lancer des placements initiaux. Novogratz et son équipe élaborent des prototypes de nouveaux modèles d'affaires qui mesurent les rendements en avantages sociaux autant que les récompenses pécuniaires.

« Nous misons sur les entrepreneurs, nous recherchons une forte équipe de gestion », nous a confié Brian Trelstad, agent en chef des investissements d'Acumen Fund. « Nous avons actuellement 20 millions USD d'investissements dans six pays. Nous espérons atteindre 100 millions USD au cours des cinq prochaines années. Nous commençons à entrevoir de riches perspectives dans les pays où nous investissons et un plus grand nombre d'opportunités d'investissements de qualité se présentent. Nous cherchons des gens qui sont passionnés par leur approche et qui continuent à bâtir leur entreprise du point de vue des gens dans le besoin ».

Larry Page et Sergey Brin, fondateurs du moteur de recherche Google qui connaît un immense succès, ont mis sur pied son aile philanthropique, Google.org, en suivant l'exemple d'Ebay. Ils ont doté Google.org d'actions qui valent maintenant environ 1 milliard d'USD. Ils ont ensuite suivi l'exemple d'Omidyar et se sont établis comme réseau à but lucratif.

« Dans l'ancien modèle d'affaires américain, les relations entre une entreprise et ses investisseurs, ses banques et ses fournisseurs étaient généralement distantes » dit Annalee Saxenian, doyenne de l'école de Communications de l'université de Californie à Berkeley. « L'affaire était traitée et il fallait rendre compte des résultats dans un délai déterminé. » Dans le nouveau modèle, les relations sont beaucoup plus étroites : les parties concernées partagent leurs connaissances et il existe un flux continu d'information.

Les entreprises sont plus spécialisées mais elles se comportent en collaboratrices ».

L'approche, comme le rythme effréné de l'industrie informatique est implacable. Les entrepreneurs sociaux peuvent rechercher amélioration et innovation au même titre que les fabricants de logiciels et de matériel informatique.

LIENS:

The Skoll Centre for Social Entrepreneurship de l'école de commerce Said d'Oxford accueille le forum Skoll World tous les ans dans le but de promouvoir des solutions du secteur entreprises aux problèmes sociaux.

Ashoka: Ashoka est l'association mondiale des entrepreneurs sociaux de premier rang du monde. Elle sélectionne et finance des entrepreneurs sociaux dynamiques porteurs d'idées nouvelles et pratiques au stade initial. Les entreprises reçoivent ensuite un soutien financier pendant trois ans pour leur permettre de se concentrer sur leurs idées.

Social Ventures Partners: Bien qu'elle n'œuvre que dans la région de Seattle (É.U.A.), le modèle de l'association SVP peut s'appliquer dans tous les pays du Sud. La vision des fondateurs consistait à mettre sur pied un organisme philanthropique utilisant un modèle capital-risque dans lequel les partenaires prennent activement soin de leurs investissements financiers en leur apportant assistance et ressources.

Generation Investment Management: Fondée en 2004 avec l'ancien vice-président des É.U.A. Al Gore, l'association ne prend en considération que des investissements à long terme, durables et dans lesquels ses participants croient vraiment.

Omidyar Network: Lancé par les fondateurs d'Ebay, le réseau finance des entreprises sans but lucratif et à but lucratif qui favorisent un accès égal à l'information, aux outils et aux opportunités et incite les participants à partager leurs intérêts et à s'engager.

Skoll Foundation: La fondation a pour mission de rechercher des entrepreneurs sociaux qui exécutent déjà des projets fructueux sur une petite échelle et par des subventions versées pendant trois ans, de soutenir la continuation, la reproduction ou l'expansion du programme. Les questions financées sont : la tolérance et les droits de l'homme, la santé, la durabilité de l'environnement, l'équité économique et sociale, la responsabilité institutionnelle et la sécurité personnelle.

SV2: Fond de capital-risque social de Silicon Valley : Partenariat entre des entrepreneurs prospères du secteur technologie, il regroupe des fonds pour soutenir les entrepreneurs sociaux en donnant de l'argent et du temps- capital-risque philanthropique.

Google.org: Elle utilise le talent, la technologie et les ressources financières du célèbre moteur de recherche pour s'attaquer à la pauvreté dans le monde.

Acumen Fund: Fonds de capital-risque sans but lucratif qui investit dans des solutions fondées sur les principes du marché à la pauvreté du monde. Le fond soutient des approches entrepreneuriales à la mise en place de marchandises et services abordables pour les 4 milliards de personnes dans le monde qui vivent avec moins de 4 USD par jour.

TechnoServe: Aide des entrepreneurs en herbe à transformer de bonnes idées en entreprises prospères. Avec un financement de la Google Foundation, l'association est en train de lancer un concours de plans d'entreprise et un programme de développement de l'entreprenariat au Ghana.

Les sites de réseaux sociaux : Une manière de sortir de la pauvreté

Les sites de réseautage social également appelés Web 2.0, nom donné à la dernière vague d'entreprises internet et de sites tels que YouTube et MySpace qui sont en train de transformer la manière dont les gens dialoguent avec le Web ont été surnommés le web social en raison de leur pouvoir de rassembler les personnes. L'étiquette a été qualifiée de ruse publicitaire par certains, mais beaucoup affirment que nombre de ses caractéristiques le différencient et en font un outil précieux pour les entrepreneurs qui cherchent à sortir de la pauvreté. Les nouvelles applications du Web 2.0 proposent de nombreux outils logiciels gratuits entreposés en ligne, allant d'outils ayant trait à la comptabilité et aux affaires à de nouveaux moyens multimédias de communiquer gratuitement. À la différence des sites Web 1.0 qui proposaient de l'information à des utilisateurs passifs, les sites web 2.0 permettent dialogue et remarques. Ces qualités permettent à Web 2.0 de servir à élaborer des communautés et des réseaux sociaux et commerciaux. La possibilité d'entreposer de grandes quantités d'information en ligne accélère le travail et diminue les attentes pénibles qu'impose la lenteur des communications.

Grâce à ces nouveaux outils, il est de plus en plus facile pour un entrepreneur de travailler depuis son domicile, un centre Internet ou partout où existe une liaison avec Internet, ce qui diminue les coûts de gestion d'une entreprise. Toutes les applications se trouvant en ligne, les limites imposées par les capacités d'un système d'exploitation ou le matériel disparaissent. Le nombre de centres Internet a sensiblement augmenté dans toute l'Asie et l'Afrique, ce qui met le pouvoir de Web 2.0 à la portée de millions de personnes supplémentaires.

La liaison entre le téléphone portable et Internet est également remarquable. Il devient de plus en plus possible en Afrique d'envoyer des messages aux weblogs par l'intermédiaire de messageries textuelles, d'afficher des photos et des vidéos ou de rester en rapport avec une association communautaire, un groupe de revendication ou d'affaires par l'intermédiaire de messages envoyés à son site.

« Nous nous intéressons à Web 2.0 qui peut être bénéfique au combat contre la pauvreté » affirme Tobias Eigan, fondateur et co-directeur administratif de Kabissa.org, portail web dédié à la promotion de Web 2.en Afrique. « Il est réellement pertinent en Afrique ». Il transforme Internet en fonction lecture-écriture et est plus convivial : cette dynamique va réellement changer les choses. Il est beaucoup plus facile de télécharger du contenu avec Web 2.0. Il va renforcer la capacité des institutions locales et de la société et cela améliorera la vie des personnes; il sera beaucoup plus facile de combattre la pauvreté avec cette connectivité.

Waleed al-Shobakky, reporter de la rubrique science et technologie d'alJazeera.net et Jack Imsdahl, consultant et commentateur en matière de technologie sont également partisans du Web 2.0 comme moyen de combattre la pauvreté. Tandis qu'ils reconnaissent que les agriculteurs de subsistance et les illettrés n'en bénéficieront pas directement, ceux qui sont étudiants ou disposent d'ordinateurs pour travailler en profiteront sans aucun doute. Ils font remarquer la rapidité avec laquelle le téléphone portable a été adopté par les pauvres et que ceci s'est produit en raison des nouveaux services qu'ils apportent.

Il existe encore toutefois d'importants obstacles à une adoption plus rapide. Il faudra une amélioration des vitesses Internet et des investissements plus importants dans ce domaine. Il faudra aussi adapter les outils de Web 2.0 aux langues locales pour que l'usage se répande au-delà de ceux qui parlent des langues principales du web comme l'anglais.

Les entrepreneurs du Sud, où qu'ils se trouvent dans le monde, peuvent maintenant s'abonner à une large gamme de bulletins électroniques qui sont envoyés à leur compte de courrier électronique et se tenir au courant des tendances et innovations de leur domaine. Le relatif anonymat de ces listes de courrier électronique signifie que les abonnés encourent moins le risque d'être jugés sur leur situation physique.

Afriville est un service Web 2.0 et un réseau social africain des Caraïbes lancé par deux entrepreneurs nigériens du web d'une vingtaine d'années, Folabi Ogunkoya et Lawrence Bassey-Oden.

Afriville est un site communautaire comparable au célèbre MySpace. Les utilisateurs sont libres de communiquer par messages ou d'afficher des profiles. La différence est que l'utilisateur peut choisir le degré d'ouverture ou de fermeture des réseaux. Le site se caractérise par un système de gestion de la musique d'avant-garde, ce qui permet aux artistes d'Afrique ou des Caraïbes d'entrer directement en contact avec leurs fans.

« Nous avons créé une app(lication) solide doté de caractéristiques dont les gros intervenants tireront beaucoup pour leur argent », nous a affirmé Ogunkoya.

Les entrepreneurs africains ont déjà apporté d'autres offres Web 2.0. Celles-ci sont : Mooziko.com (un YouTube africain), Afribian.com (partage d'informations), Afriqueka.com (réseaux sociaux) et Yesnomayb (rencontres en ligne).

Yahoo! Et Google proposent tous deux des outils en ligne gratuits de grande envergure destinés aux entrepreneurs et aux commerces, outils qui s'intègrent parfaitement à leur service de courrier électronique.

Kabissa: Espace pour le changement en Afrique : communauté web africaine en ligne promouvant et

soutenant la transition aux services Web 2.0 en Afrique. Il donne de nombreuses occasions de rencontrer des personnes dans toute l'Afrique et d'en apprendre plus.

Alexa: On y trouve une répartition détaillée par pays d'Afrique de l'utilisation du web ainsi que de la popularité et des tendances des sites.

Digital Divide Network: Site Internet reliant entre eux toutes les initiatives et donnant des occasions de débattre des questions et problèmes actuels.

Global Voices: Initiative de l'agence de presse Reuters visant à agglomérer la conversation mondiale en ligne de pays situés à l'extérieur des États-Unis et de l'Europe occidentale.

Outils Web 2.0 gratuits pour les entrepreneurs :

Wikis: Voici un article détaillé sur les wikis, sites collaboratifs qui permettent aux usagers autorisés de modifier rapidement et facilement le contenu des pages et une liste détaillée des services wiki gratuits ou à bas prix.

Blogging (un journal en ligne):

Blogger.com - Service gratuit, facile à utiliser, possédé par Google.

BlogPlanet.net - Bloggez à partir de votre téléphone portable, gratuitement.

Blogsome.com - Service gratuit, facile à utiliser, accueillant bien les photos.

Movable Type - système de publication en ligne à partir d'un graticiel, gratuit, facile à utiliser très apprécié de bloggeurs.

WordPress - Un autre système de publication en ligne facile, gratuit et très apprécié des bloggeurs.

Aggrégateurs (il s'agit de programmes qui rassemblent des liens et des ressources sur le web):

AmphetaDesk - L'un des premiers aggrégateurs réellement adopté, a encore de nombreux adeptes.

Bloglines - Permet aux bloggeurs et aux webmestres de rechercher, souscrire, publier et partager des flux d'information en ligne.

Del.icio.us - Regroupez le contenu de vos sites Internet préférés et partagez-les avec d'autres.

Feed Demon - Les nouvelles dont vous avez besoin sur votre ordinateur.

Technorati - Moteur de recherche en temps réel qui suit ce qui se passe dans le monde des blogs.

Techsoup.org est une excellente ressource concernant l'évolution la plus récente de Web 2.0 et la manière d'accéder à des ressources gratuites et à bas coût. Basée aux É.U.A., elle a une connaissance privilégiée des dernières avances à Silicon Valley.

La mode comble le fossé Entre les défilés de mode et les produits d'artisanat

L'idée de faire le bien avec la mode s'est complètement métamorphosée au cours des dernières années. En occident, les vêtements et objets d'artisanat fabriqués ailleurs que dans des ateliers clandestins des pays en développement sont longtemps restés un petit créneau du marché. Ils étaient considérés au mieux comme des vêtements destinés aux excentriques ou aux non traditionnels et au pire comme un mauvais substitut aux vêtements et d'accessoires vendus par les grands fabricants. Les produits biologiques ou fabriqués de manière éthique étaient souvent rejetés car démodés et sans allure.

À Paris, le salon de la mode éthique, maintenant dans sa quatrième année, constitue une vitrine pour une mode qui respecte les personnes et l'environnement tout en demeurant élégante, luxueuse et d'avant-garde. Il a attiré des créateurs du monde entier y compris la Mongolie, la Thaïlande, la Chine, le Pérou et la Bolivie. Le salon exige de tous les participants de respecter les conventions des organisations internationales du travail, dont l'interdiction de main-d'œuvre forcée et de main-d'œuvre enfantine, de respecter l'environnement, de créer des emplois au niveau local et de travailler avec des artisans de manière à préserver le savoir-faire et à ce que la mode reflète la diversité des cultures du monde.

Le fait que la chaîne britannique de vêtements et de produits alimentaires Marks and Spencer soit devenue le plus gros acheteur du monde de coton issu du commerce équitable illustre parfaitement la forte croissance de la mode éthique au cours de l'année écoulée.

« Il n'y a qu'un an que je suis dans ce secteur, mais au début, il était difficile de trouver des producteurs » nous a confié Tamzin Berry, propriétaire de la société britannique Ethical Catwalk. « Le secteur a maintenant vraiment décollé ». Des personnes célèbres ont contribué à en relever le prestige. Le groupe de danseurs de Madonna, Red Mother, porte l'une de nos gammes. J'ai trouvé tout le monde dans ce secteur très abordable, véritablement généreux et éthique ».

L'élégance constitue maintenant l'élément essentiel, déclara Berry. « Un plus grand nombre des marques dans le vent se sont attaquées au défi et semblent suivre le même chemin que l'alimentation biologique. »

« L'industrie de la mode a l'une des plus mauvaises réputations » a déclaré Dr. Katie Beverley du Groupe de Recherche des non tissés de l'université de Leeds au journal The Guardian. « Mais le désir de prendre en compte des considérations éthiques et environnementales dans la conception n'a jamais été plus fort. »

Au Mozambique, la mode des défilés aide les pauvres et contribue à sauver les forêts en rapide recul. Un projet de l'International Trade Centre [Centre de commerce international] (initiative conjointe entre le CNUCED et l'OMT (www.intracen.org)) entrepris dans les forêts de la province de Sofala qui s'étend de l'Angola au sud de la Tanzanie, au Mozambique et à la partie nord de l'Afrique du Sud vise ce territoire de bois durs rares. Les artisans locaux de la ville de Dondo fabriquaient des objets artisanaux pour un marché de touristes qui n'existait pas et un marché local pour lesquels ils étaient trop onéreux. En obtenant les services de l'entrepreneur social Allan Schwarz, spécialiste de la collaboration avec les communautés forestières, et membre de la communauté Ashoka, (www.ashoka.org), ils ont pu créer des bracelets de qualité suffisante pour les vendre dans les revues de mode et remporter un grand succès au salon de la mode éthique à Paris. En moyenne, les salaires des employés ont été multipliés par 14, atteignant 300 USD par mois dans un pays où le revenu annuel moyen est de 250 USD.

Les créateurs et exposants potentiels peuvent contacter le salon de la Mode Éthique en envoyant des photos de la collection et quelques lignes d'explication sur la manière dont les articles de mode contribuent au mouvement de mode éthique, 4, rue Trousseau 75011 Paris. Email: unilove@wanadoo.fr

LIENS:

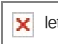
- Ethical Catwalk: L'un des premiers fabricants du Royaume-Uni de mode et d'accessoires éthiques. Il n'utilise que des produits biologiques et issus du commerce équitable.
- People Tree: Site de vente créé il y a cinq ans en collaboration avec les producteurs des communautés les plus pauvres du monde.
- Bracelets d'Allan Schwartz : www.allanschwarz.com
- Cebra: Objets artisanaux africains : Site de vente en ligne qui propose des articles de mode faits main issus du commerce équitable et des produits africains.
- Fair Indigo: Société d'articles de mode issus du commerce équitable basée à Madison, Wisconsin, É.U. A.

Fenêtre sur le monde

- **Technologies de la communication de l'information et développement humain : Opportunités et enjeux**
  de Mila Gasco-Hernandez, Fran Equiza-Lopez, Manuel Acevedo-Ruiz
  Institut international sur la gouvernance de Catalogne, Catalogne
  Publication Idea Group
  Site Internet: http://www.igi-pub.com
- **Solutions du monde des affaires destinées aux pauvres du monde**
  Author(s) Silverthorne, S. (2007) Research & Ideas, Harvard Business School, Working Knowledge, 5 Février 2007
  --«Les pauvres du monde qui ont moins de 5 USD par jour de revenu disponible constituent-ils un marché viable pour de nouveaux biens et services ? Sachant que quatre milliards de personnes dans le monde rentrent dans cette catégorie, vous avez un début de réponse. Les entreprises qui veulent pénétrer ce marché au bas de la pyramide économique (BOP) ne doivent pas s'arrêter à la vente de produits, elles doivent trouver les moyens de créer de la valeur sur le plan économique et social ».
  Site Internet: www.amazon.com
- **L'âme d'une nouvelle cuisine: découverte des mets et des saveurs d'Afrique**
  Chef Marcus Samuelsson, livre relié, 344 pages, 250 photos couleur, 200+ recettes, Wiley, 2006, $47.99
  Site Internet: www.amazon.com
- **Gestion des déchets solides**
  Cette publication examine l'usage de technologies rationnelles sur le plan de l'environnement pour la gestion de déchets solides municipaux dans les pays en développement.
  Site Internet: www.unep.or.jp

Emplois

- Africa Recruit Job Compendium
- Africa Union
- CARE
- Christian Children's Fund
- ECOWAS
- International Crisis Group
- International Medical Corps
- International Rescue Committee
- Internews
- IREX
- Organization for International Migration
- Oxfam
- Relief Web Job Compendium (UN OCHA) (1)
- Relief Web Job Compendium (UN OCHA) (2)
- Save the Children
- The Development Executive Group job compendium
- Trust Africa
- UN Jobs
- UNDP
- UNESCO
- UNICEF
- World Bank
- World Wildlife Fund (Cameroon)



Please feel free to send your comments, feedback and/or suggestions to Cosmas Gitta [cosmas.gitta@undp.org] Chief, Division for Policy, Special Unit for South-South Cooperation